



+87% к выручке: как мы сделали рекламу отеля Доброград сверхокупаемой



О Доброград

«Доброград», новый город с курортом во Владимирской области.

Сердце поселения – парк-отель «Доброград» 4*, включающий три корпуса распределенные по форматам отдыха:

- Lake – уединение и SPA-детокс;
- Grand – семейный отдых и активности;
- Village – коттеджи для больших компаний и мероприятий.

Отель в фактах:

- 182 номера;
- 31 коттедж;
- Рестораны;
- СПА-комплекс;
- Гольф-поле на 9 лунок;
- Крупнейший в Европе вейк-парк.

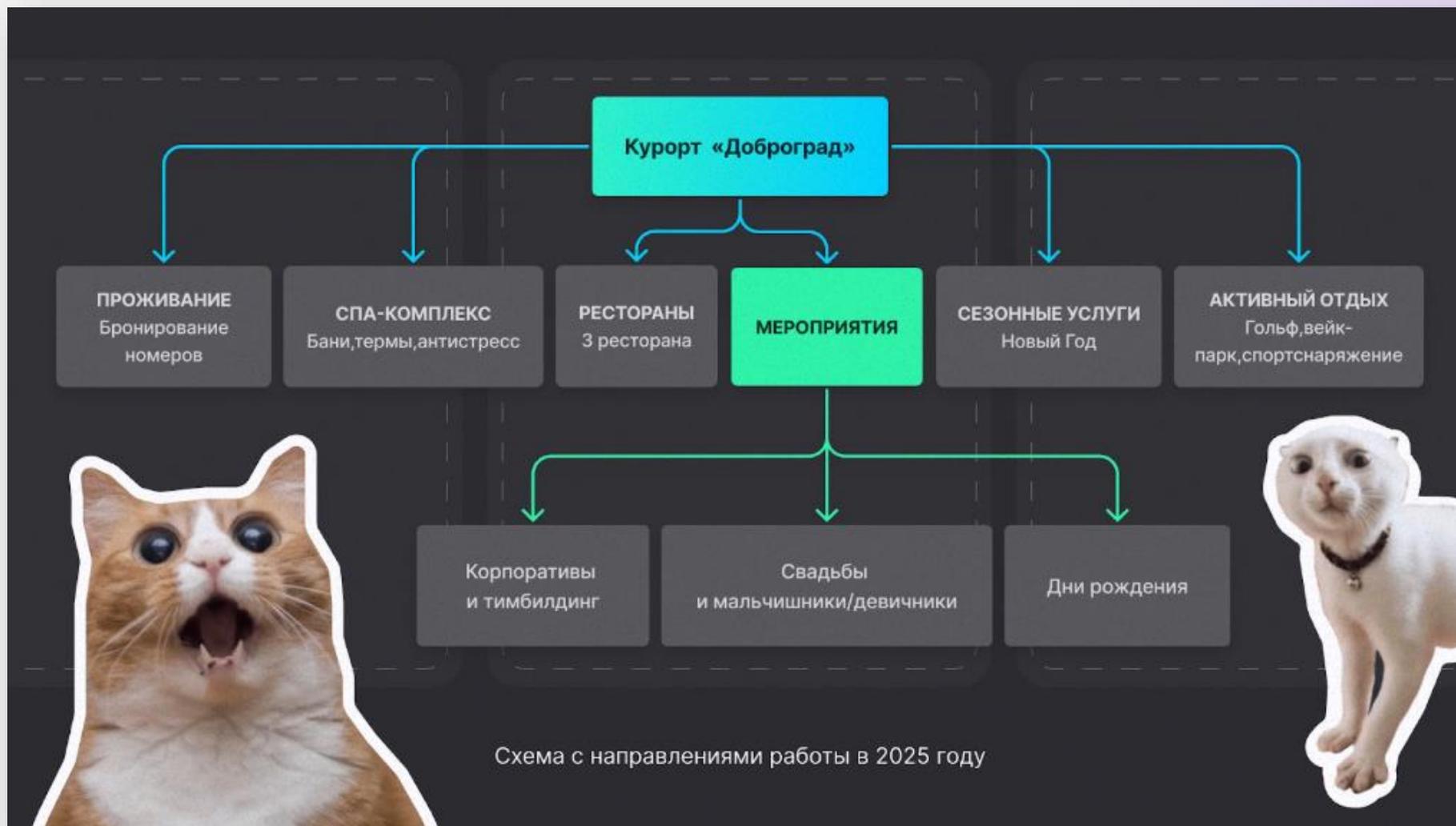


Задача и проблематика

- «Доброград» работает с нами больше пяти лет — за это время курорт запустил новые корпуса и расширился с 51 до 182 номеров и 31 коттеджа.
- Плюс появились новые объекты инфраструктуры, и стало важно не просто поддерживать загрузку, а управлять спросом по разным аудиториям и направлениям.
- На фоне роста конкуренции во внутреннем туризме в 2024-2025 годах развиваться пришлось без резкого увеличения затрат — за счет настроек, аналитики и оптимизации. Бюджет вырос всего на 30% — это как раз сопоставимо с медиаинфляцией.



Выбор структуры аккаунтов



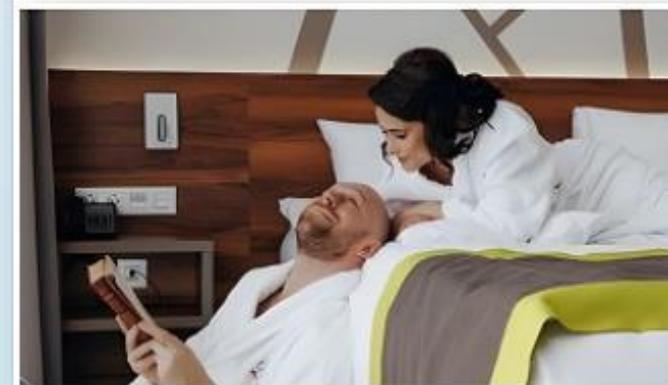
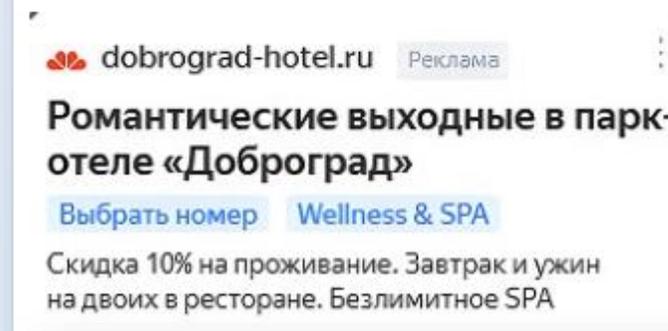
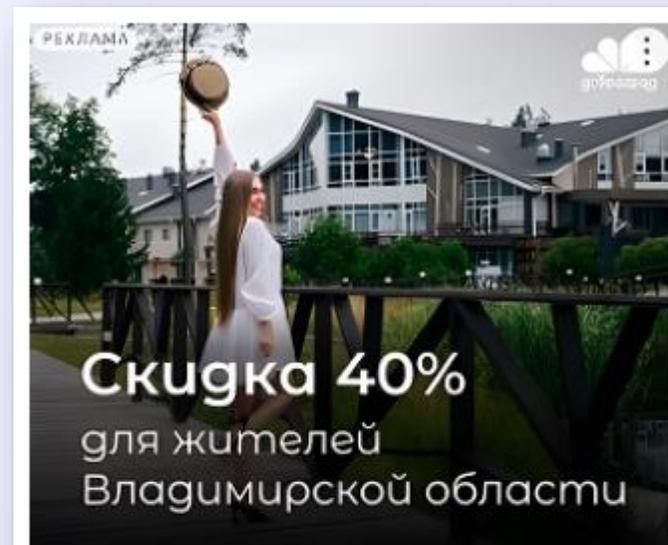
Базой для всей рекламной стратегии стали три отдельных рекламных аккаунта в Яндекс Директ – по одному на каждый корпус. Это позволило:

- разделить бюджеты по корпусам;
- учесть разные планы загрузки;
- прозрачно отслеживать результаты по каждому направлению.

Поиск плюс РСЯ — обязательная связка

- Каждое направление запустили одновременно в поиске и в РСЯ.
- Поиск — дорогой, но точный.
- Сети дают большой объем качественного трафика значительно дешевле.

Запуская оба канала вместе, мы держим цену лида под контролем и можем безопасно масштабировать спрос.



Настройка автостратегий в Яндекс Директ

- Чтобы строго удерживать бюджет по корпусам и направлениям, мы перешли на автостратегии, так как вручную контролировать такое количество кампаний невозможно.
- Для стабильной работы стратегиям нужна достаточная статистика, поэтому вместо финальных бронирований мы взяли более массовый и точный сигнал – первый шаг формы бронирования на сайте (выбор дат и гостей). На нем данных значительно больше, автостратегии быстро обучаются и уверенно держат бюджет в заданных пределах.



Построение и контроль отчета «план-факт»

Чтобы точнее управлять бюджетом, добавили отчет «план-факт», который показывает плановые и фактические расходы по каждому направлению.

Собрали дашборд в Google Looker Studio: план подтягивается из Google Таблиц, фактические траты — через API из Alytics. В итоге бюджет можно корректировать вовремя.

Контекстная реклама.
План-факт

1 сент. 2025г. - 30 сент. 2025г. ▾

Корпуса	Направления - контекстная р...	Затраты	Плановые расходы	Бюджет на месяц
Корпус Grand				
Корпус Village				
Корпус Lake				

Подпись: Отчет план-факт

Тестирование новых гео и контроль загрузки

- Рост внутреннего туризма позволил «Доброграду» выйти за пределы базовых регионов. Аналитика показала потенциал Твери и Нижнего Новгорода – тесты подтвердили спрос.
- Мы оцениваем отдаленные регионы по стоимости первого шага бронирования: если она слишком высокая, гео исключаем. Так в 2025 году был протестирован Санкт-Петербург, но он не отработал и был отключен.
- Параллельно мы следим за загрузкой отеля и сезонными пиками спроса. Новогодние даты начинают бронировать в сентябре, майские – в марте, поэтому кампании запускаются заранее.
- Если первый шаг растет, а финальные брони падают, значит ближайшие даты закрыты – бюджет переносим на более свободные периоды, чтобы сохранять равномерную загрузку.

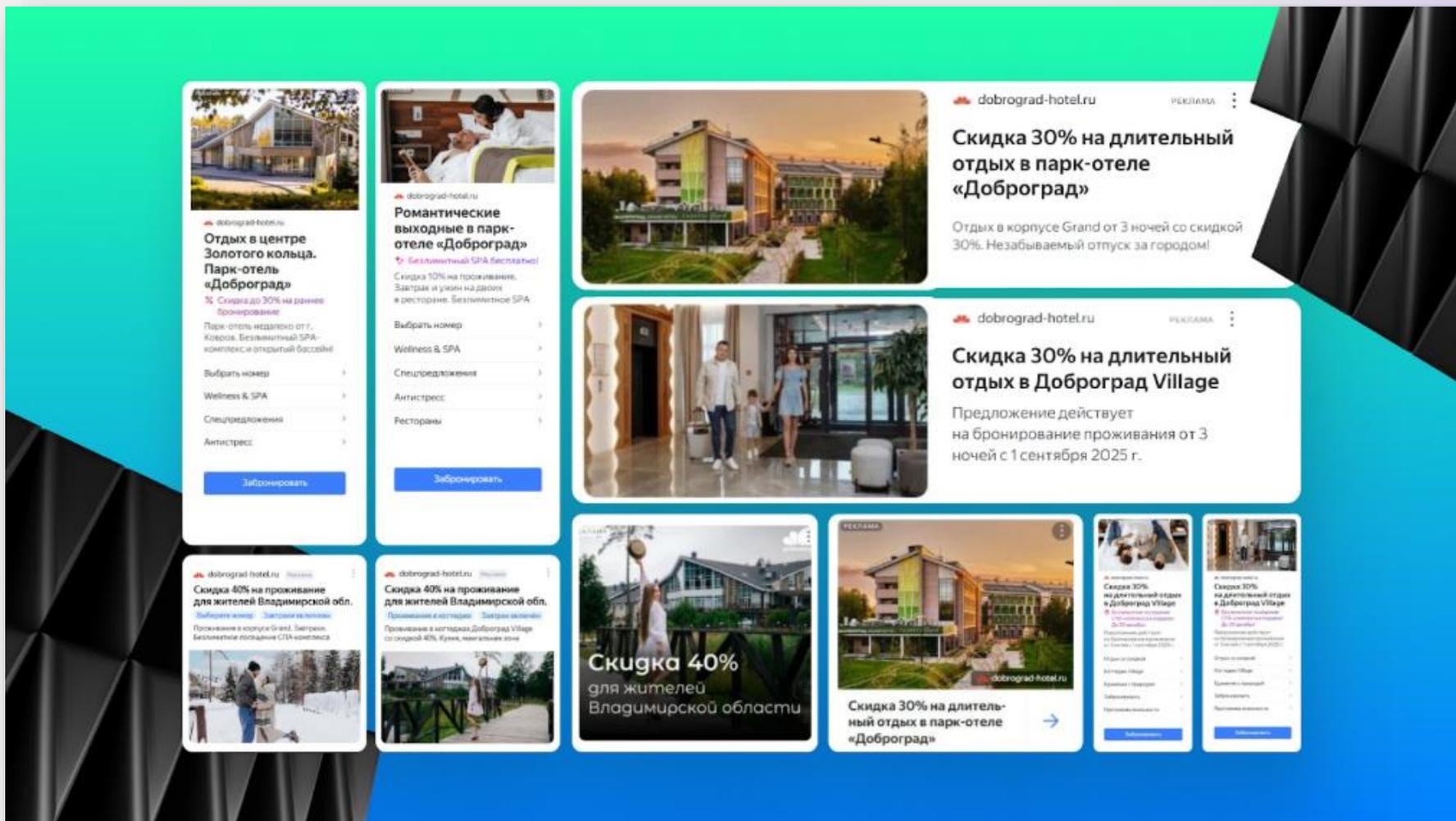
Alteasy

Контекстная реклама - Lake - Гео

1 июн. 2025г. - 30 нояб. 2025г.

Гео РК new	Показы	Клики	CPC (р...	Затраты	Шаг 1: оба к...	CPA шаг 1	CR% ш... ▾	Бронирования:...	Выручка ...	Звонки (у...
Владимирская / Нижегородская / ...	34 457						70,91 %			
Москва и область	407 729						48,25 %			
Центр без Москвы и области + Н...	731 095						45,91 %			
Нижний / Иваново	576 761						37,07 %			
Россия	400 246						31,57 %			
Москва	119 150						25,91 %			

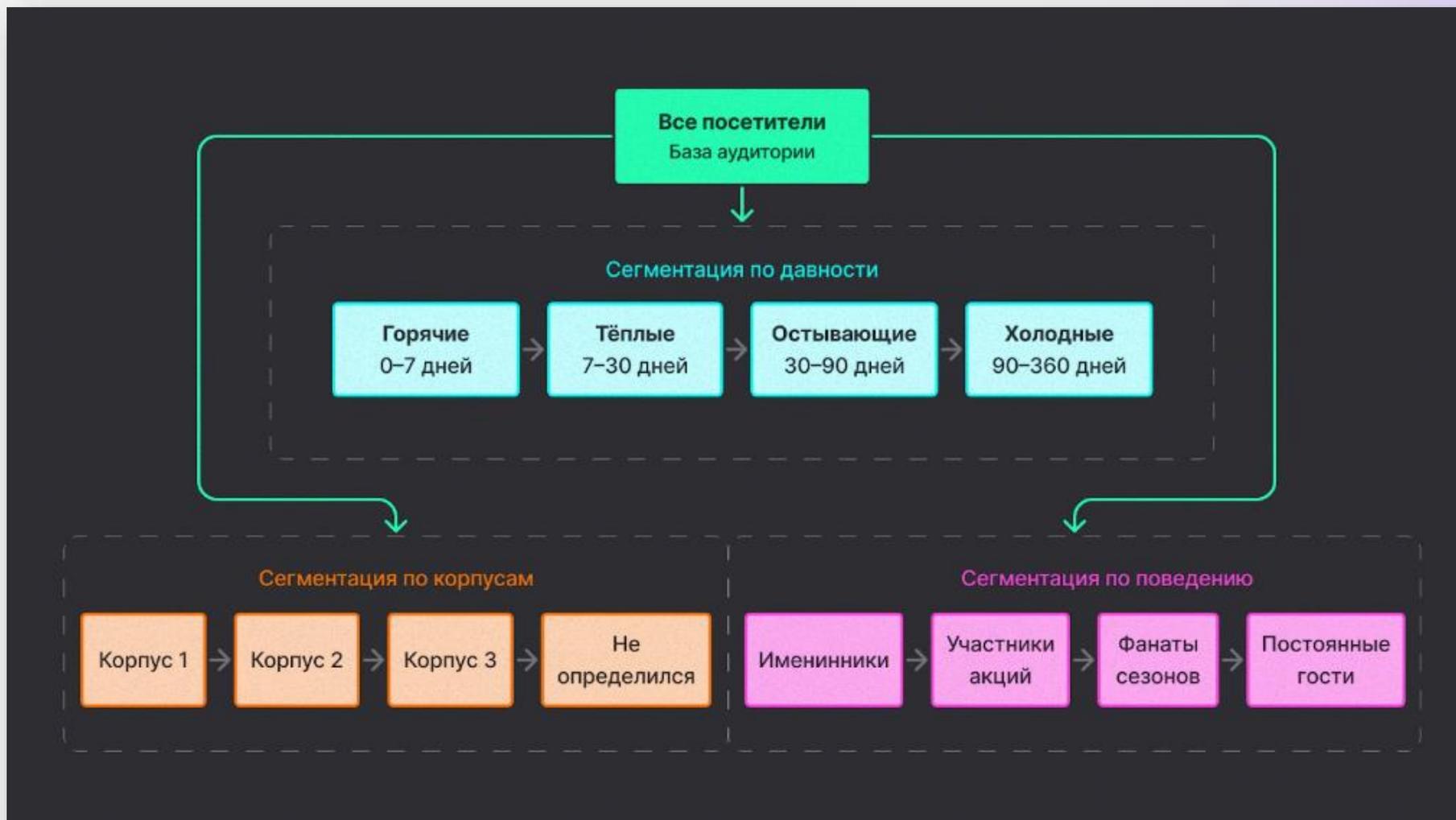
Акции и спецпредложения



Используем акции:

- Безлимитный SPA бесплатно;
- Романтические выходные – 10% скидка;
- Раннее бронирование – скидка до 30%;
- 20% скидка на коттеджи для жителей Владимирской области;
- 15% скидка ко Дню рождения (меню + проживание);
- Скидка 30% на длительное проживание (от 3 ночей);
- «Все включено»;
- 40% скидка для жителей Владимирской области;
- Персональное спецпредложение на день рождения (индивидуальная скидка или услуга – зависит от корпуса; показывается в РСЯ по дате рождения гостя).

Ремаркетинг: Сегментируем аудиторию по трем параметрам



Это позволяет видеть, на каком шаге пользователь остановился и что именно он выбирал. И дает возможность показывать максимально релевантные объявления – напоминание о незавершенном бронировании или персональное спецпредложение под сезон и корпус.

Результаты по направлениям продвижения

- Общие запросы* — главный источник дохода, до 44,68% всей выручки при доле затрат 52%.
- Брендвые запросы — высокие CR (200%+) и стабильная выручка (36%).
- Ремаркетинг — уверенный вклад в продажи. Дает 9,72% выручки при доле затрат 17,77%. Это ключевой инструмент догрева, который закрывает пользователей, уже знакомых с отелем.
- SPA — лидер по конверсии в первом шаге. CR достигает 109,56%.

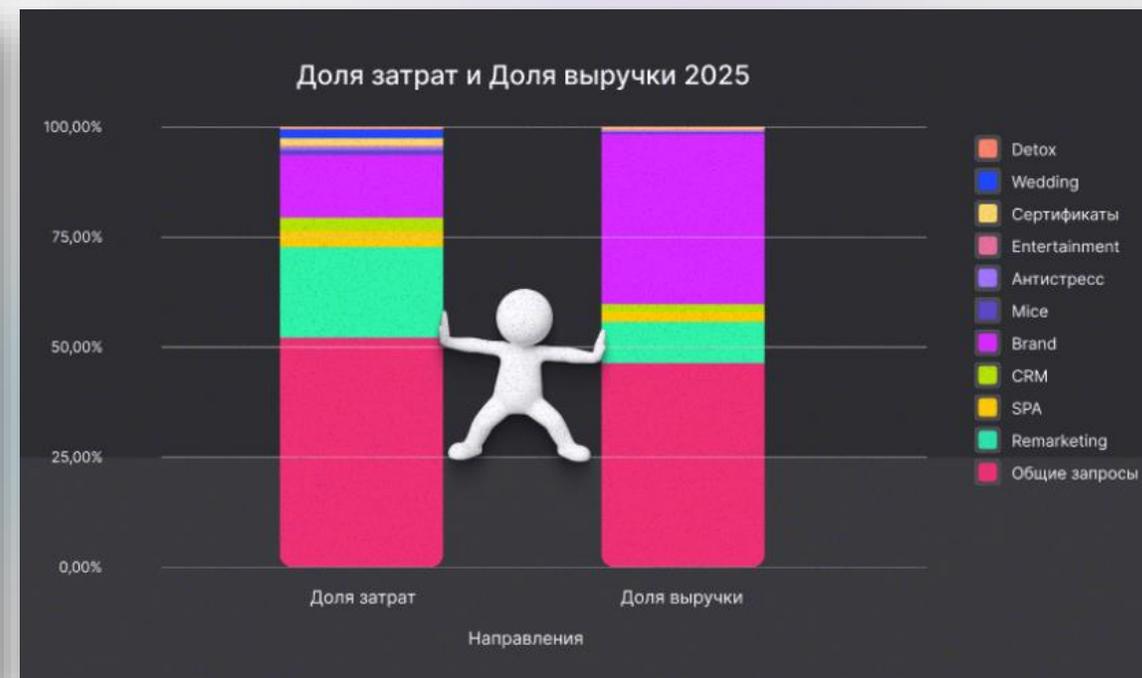
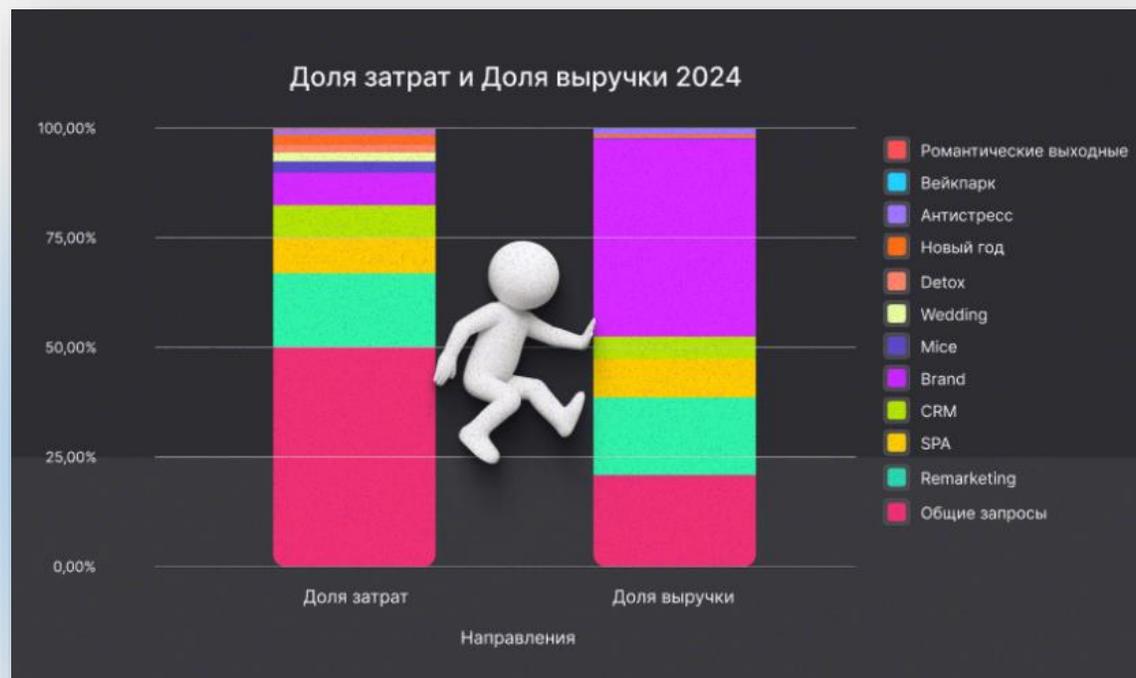
*Общие запросы — небрендвые поисковые фразы, в которых нет упоминания «Доброград», но есть намерение найти услугу, которую курорт может закрыть.



Динамика направлений 2024 – 2025

Главный рост обеспечили общие запросы: их доля в выручке выросла с 23% до 44,68%.

Брендовые запросы по-прежнему дают лучший CR (до 201%) и 36% выручки, но их доля сократилась из-за усиления холодных сегментов.



Итоговые результаты за 9 месяцев

- Бронирований стало больше на 74% за 9 месяцев;
- Выручка выросла на 87% к тому же периоду прошлого года;
- Общие запросы стали главным каналом роста, дав 44,68% выручки;
- Брендové кампании держат лучший CR — +200%
- Новые гео — Тверь и Нижний Новгород — привели новых гостей;
- Ремаркетинг на JavaScript-событиях показывает рекламу тем, кто действительно начал бронировать.





Благодарим за внимание!

Превращаем ваш бизнес
в успешный и узнаваемый



info@alteasy.ru
+7 (495) 445-93-72
www.alteasy.ru

